

## **BAB V**

### **KESIMPULAN & SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

1. Perancangan media promosi sebagai sarana mempromosikan Neezha Florist, memiliki tujuan menginformasikan keberadaan Neezha Florist sebagai toko bunga di Jepara, dan untuk menjaga eksistensi toko bunga dan boneka Neezha Florist, dilakukan dengan merancang media promosi yang terpilih yaitu terdiri dari poster, flyer, stiker, gantungan kunci, pin, kartu nama, logo, *hider* media sosial, banner, flag chain, dan *sign system*, dengan cara memperhatikan target audience dan pemilihan media promosi yang tepat, maka perancangan media promosi ini diharapkan akan berhasil dan efektif. Konsep perancangan media promosi menggunakan strategi-strategi yang tepat agar pesan yang disampaikan mampu membidik target sasaran, konsep kreatif yang digunakan dalam perancangan media promosi Neezha Florist adalah mengidentifikasi masalah, menetapkan target audience, mencari keunggulan produk (USP), menentukan *positioning*, memilih media yang tepat dan efektif serta penempatannya.
2. Perancangan media promosi dilakukan dengan memilih media-media yang efektif, yaitu media lini bawah dalam hal ini media cetak dipilih karena media yang terhitung murah dan mampu menyampaikan informasi lebih lengkap serta dapat menampilkan gambar atau ilustrasi yang menarik sehingga mampu menjangkau target sasaran secara lebih luas. Pemilihan media *merchandise* berupa stiker, pin dan gantungan kunci dipilih sebagai media yang diberikan secara gratis kepada konsumen sebagai bonus sekaligus proses pengingat kembali terhadap produk Neezha Florist sehingga target sasaran akan mengingat terus pesan yang disampaikan. Media promosi yang telah terpilih diterapkan pada media placemen yang strategis, sehingga penempatan media bisa efektif dalam segi penempatan

**B. Saran**

1. Pemilihan media promosi yang telah ditentukan pada perancangan tersebut bisa diterapkan secara efektif oleh pihak Neezha Florist dengan tujuan menginformasikan keberadaan Neezha Florist sebagai toko bunga dan boneka di Jepara, sekaligus mempromosikan toko Neezha Florist.
2. Proses perancangan media promosi hendaknya dilakukan kerjasama dan komunikasi yang baik antara pemilik usaha dengan *desainer* yang akan merancang media promosi agar terwujud hasil yang baik, serta diperlukan strategi kreatif dalam perancangan media promosi, karena promosi melalui media komunikasi visual yang tepat akan berpengaruh besar terhadap berkembangnya usaha.
3. Media promosi yang dirancang hendaknya digunakan secara maksimal untuk mencapai target sasaran konsumen dengan memperhatikan target audiens, perkembangan pasar, ketepatan waktu, persaingan dengan perusahaan lain untuk menciptakan citra perusahaan yang baik terhadap konsumen.
4. Dengan adanya perancangan media promosi yang efektif, efisien dan komunikatif, maka pelaksanaannya bisa efektif dalam biaya, komunikatif dalam penyampaian pesan, dan efisien dalam penerapan media.